



**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Diajukan oleh :

HERMIN FAJRIN

NIM : 201411045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI
(STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

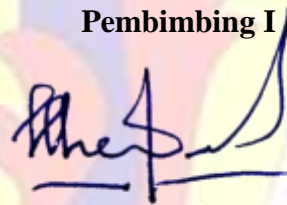
Kudus, 2019

Mengetahui
Ketua Program Studi



Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



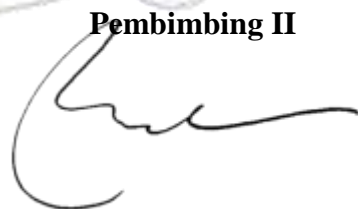
Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Sutono, SE. MM, Ph.D.
NIDN. 0626017003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

-Al Insyira 5-

“Seseorang yang bertindak tanpa ilmu ibarat berpergian tanpa petunjuk. Dan sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu sekiranya akan hancur bukan selamat”.

-Ali Bin Abi Thalib-

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”.

-HR. Thabarani-

Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Trah Ibnoe Sion Pati
4. Sahabat karibku semuanya.
5. Almamater kebanggaanku.
6. Kost Kribo
7. Group Minton
8. Teman Manajemen Kelas A
9. Jodoh yang masih dirasiahasiakan Allah

10. Tim KKN Bangsalrejo (Tim Oyak)

11. Club Zona Nyaman



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Sutono, SE. MM, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

HERMIN FAJRIN

NIM : 201411045

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
2. Sutono, SE. MM, Ph.D.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muria Kudus. Dimana terdapat lima variabel bebas, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muria Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi. Secara simultan variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi. Persepsi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi. Pembelajaran memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Xiaomi.

Kata kunci: Motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, sikap, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL FACTORS ON PURCHASING DECISIONS ON SMARTPHONE XIAOMI (STUDY IN STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESSES IN MURIA KUDUS UNIVERSITY)

HERMIN FAJRIN

NIM : 201411045

Dosen Pembimbing : 3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.
4. Sutono, SE. MM, Ph.D.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

This study aims to analyze the influence of psychological factors consisting of motivation, perception, learning, beliefs, and attitudes toward Xiaomi smartphone purchasing decisions for students of the economics and business faculties of Muria Kudus University. Where there are five independent variables, namely motivation, perception, learning, beliefs, and attitudes and one dependent variable, namely the purchasing decision. This research was conducted by surveying students from the economics and business faculties of Muria Kudus University.

The results showed that the variables of motivation, perception, learning, beliefs, and attitudes had a positive and significant effect partially on the purchase decisions of Xiaomi Smartphones. Simultaneously the variables of motivation, perception, learning, beliefs, and attitudes have a positive and significant effect partially on the purchase decisions of Xiaomi Smartphones. Perception has the most dominant influence on the purchase decision of Xiaomi Smartphone. Learning has the lowest influence on the Xiaomi Smartphone purchase decision.

Keywords: Motivation, perception, learning, beliefs, attitudes, purchasing decisions.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAKSI | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 6 |
| 1.3. Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1. Perilaku Konsumen | 10 |
| 2.2. Motivasi | 11 |
| 2.3. Persepsi | 12 |
| 2.4. Pembelajaran | 14 |
| 2.5. Keyakinan | 15 |
| 2.6. Sikap | 16 |

| | |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| 2.7. Keputusan Pembelian | 18 |
| 2.8. Hubungan Antar Variabel | 20 |
| 2.9. Penelitian | 24 |
| 2.10. Kerangka Pemikiran Teoritis | 30 |
| 2.11. Hipotesis | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 32 |
| 3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 32 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data | 36 |
| 3.4. Populasi dan Sampel..... | 37 |
| 3.5. Pengumpulan Data..... | 38 |
| 3.6. Uji Instrumen..... | 39 |
| 3.7. Pengolahan Data | 42 |
| 3.8. Analisis Data | 43 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 48 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 48 |
| 4.2. Penyajian Data..... | 50 |
| 4.3. Analisis Data | 57 |
| 4.4. Pembahasan | 67 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 73 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 73 |
| 5.2. Saran-saran | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1. Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia Pada Tahun 2017 | 3 |
| Tabel 1.2. Merk <i>Smartphone</i> yang Paling Disukai di Indonesia Pada Tahun 2017 | 4 |
| Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas..... | 40 |
| Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas..... | 42 |
| Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Angkatan | 51 |
| Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Fakultas | 52 |
| Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Motivasi | 52 |
| Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Persepsi | 53 |
| Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Pembelajaran | 54 |
| Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Keyakinan | 55 |
| Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Sikap | 56 |
| Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian | 57 |
| Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi..... | 58 |
| Tabel 4.11. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 5\%$) | 59 |
| Tabel 4.12. Hasil Pengujian Berganda(signifikansi $\alpha = 5\%$)..... | 65 |
| Tabel 4.14. Nilai <i>Adjusted R Square</i> | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|-----------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis | 30 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Frekuensi Data
- Lampiran 6. Hasil Regresi
- Lampiran 7. Tabel T, F, R

